**10. Бизнес модель**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Основные партнеры*** Кто Вам нужен как партнер?
* Что можете предложить, что получите взамен.
* Как это поможет снизить издержки, риски
* Виды партнерства (альянсы, совместные предприятия, отношения эксклюзивности поставок-покупок)
 | **Метрики*** Каковы основные измеримые параметры бизнес-модели
* Что из них нужно докладывать потребителям и инвесторам
* Каковы должны быть вспомогательные метрики бизнес-процессов
 | **Ценностное предложение*** Что предлагаем
* Зачем
* Почему это столь важно потребителям?
* Как продукт решает проблему?
 | **Дифференцирование, конкурентное преимущество*** Чем мы отличаемся от альтернативных конкурентов
* Насколько устойчиво? Можно ли усилить?
* Есть ли преимущества в бизнес- процессах?
 | **Потребительские сегменты*** Кто из потребителей наиболее важен?
* Что объединяет потребителей каждого сегмента?
* Насколько дорого войти туда
 |
| **Критические ресурсы*** Какие ресурсы Вам нужны для начала продаж?
* Как быстро они должны предоставляться/поставляться?
* Основной тип ресурсов (физические, интеллектуальные, человеческие, финансовые)
 | **Каналы продаж*** Как вы выходите на каждый сегмент?
* Какой канал работает лучше всего?
* На какой – меньше всего издержек
* Для каждого: продумайте процесс продаж и постпродажного обслуживания
 |
| **Структура издержек*** Основные издержки в вашей модели
* Степень их влияния на основное ценностное предложение
* Каково распределение между фиксированными и переменными издержками
* Есть ли возможность использования эффекта масштаба
 | **Структура выручки*** Основные потоки доходов с каждого сегмента
* Для каждого сегмента опишите основной метод (продажи, аренда, лицензия и т.п.)
 |